



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Sea Soldier adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang memiliki gerakan lingkungan dengan #SeaSoldier pada Instagram. Gerakan lingkungan Sea Soldier merupakan sebuah gerakan sosial baru yang berupaya untuk merubah perilaku sosial untuk peduli terhadap lingkungan, mulai dari diri sendiri melalui cara-cara yang inovatif dan ide yang segar pada setiap kampanyenya. Bermula dari sebuah gerakan pada Instagram, gerakan ini berkembang menjadi sebuah Yayasan. Yayasan Sea Soldier memiliki empat program utama, yakni Bersihkan Warungku, *Dolphin Soldier*, Pohon/ Konservasi Mangrove, dan Pondok Pemuda dan aktivitas lain seperti; *Beach Clean Up*, *Trees Plantation and Conservation*, *Recycle – Upcycle Workshop*, dan *School Visit*. Pada praktik dalam menjalankan organisasinya, Sea Soldier adalah sebuah gerakan dengan gaya komunikasi layaknya sebuah komunitas, dan dengan etika dan pilar sebuah LSM.

Sebagai sebuah organisasi yang mendorong gerakan sosial baru, Sea Soldier menggunakan pendekatan keterikatan dengan anggota dan memaksimalkan pemasaran *influencer* pada kampanye di media sosialnya. Aktivasi yang sukses dilakukan Sea Soldier antara lain: strategi pengalaman gelang #SeaSoldier sebagai keterikatan dengan anggota, peran tanda pagar Sea Soldier di Instagram agar menjadi

wadah bagi kegiatan dan audiens, dan upaya aktivasi lain seperti bakti sosial yang dilakukan dalam menanggapi isu bencana, menjadikan Sea Soldier berhasil mendapatkan respon positif dari masyarakat. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah pengikut Instagram dan sukarelawan Sea Soldiers yang jumlahnya terus meningkat selama lima tahun terakhir. Yayasan Sea Soldier kini memiliki 14 regional, dan telah mendorong lebih dari 10.000 sukarelawan atau anggota tergabung yang tersebar di Indonesia untuk melakukan gerakan peduli lingkungan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini dilakukan dalam menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana Sea Soldier melakukan strategi media sosial di Instagram sebagai upaya dalam mendorong gerakan sosial baru. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian mengenai strategi media sosial, terutama objek penelitian yang berhubungan dengan gerakan lingkungan. Saran akademis bagi penelitian selanjutnya adalah agar dapat melakukan penelitian dari strategi komunikasi lain yang dilakukan oleh Sea Soldier, seperti *event management*. Sehubungan dengan penelitian yang dapat memberikan kontribusi pada komunikasi lingkungan, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan teori komunikasi lingkungan sebagai teori dan konsep yang digunakan. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti dari sisi anggota Sea Soldier, menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa efektif strategi media sosial Instagram Sea Soldier terhadap gerakan sosial baru.

### 5.2.2 Saran Praktis

Sehubungan dengan proses perencanaan kampanye media sosial Sea Soldier yang belum matang, Sea Soldier diharapkan dapat merencanakan kampanye di media sosial secara spesifik dan rinci, sehingga dapat menjadi pedoman bagi kampanye pada media sosial kedepannya. Saran yang kedua adalah akan lebih baik jika Sea Solider tidak hanya aktif pada media sosial Instagam, namun juga membuat konten video yang dapat diunggah pada media social Youtube.